

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN *E-SERVICE QUALITY*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
( Studi pada Konsumen *Marketplace* Tokopedia )**



**SKRIPSI**

**ALFIAN NAUFAN NUROCHMAN  
1902010256**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2024**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN *E-SERVICE QUALITY*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
( Studi pada Konsumen *Marketplace* Tokopedia**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen

**ALFIAN NAUFAN NUROCHMAN**

**1902010256**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *E-SERVICE QUALITY*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Konsumen *Marketplace* Tokopedia)**



**SKRIPSI**

**ALFIAN NAUFAN NUROCHMAN**

**1902010256**

Diterima dan di setujui oleh

Pembimbing



**Dr. Erny Rachmawati, SE., M.M**

**NIK 2160122**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alfian Naufan Nurochman

NIM : 1902010256

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Tinggi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Dengan pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada untuk penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan berlaku.

Purwokerto, 13 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



SEKILAS MUHAMMADIYAH  
1000  
TEL. 20  
METERAI  
TEMPEL  
5 :044AJX726308704

Alfian Naufan Nurochman


## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Alfian Naufan Nurochman  
NIM : 1902010256  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : Pengaruh Harga, Promosi dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen *Marketplace* Tokopedia)

Telah berhasil ditemukan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bahan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

### DEWAN PENGUJI

Ketua Dr. Erny Rachmawati, SE., M.M (  )  
Anggota 1 Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si (  )  
Anggota 2 Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc. (  )

Ditetapkan di Purwokerto

Tanggal 13 Agustus 2024

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
  
**Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi**  
NIK. 2160187

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa shalawat serta salam saya haturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang penuh dengan cahaya ilmu pengetahuan. Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada: Ayah Achmad Muchlisin dan Ibu Feri Mediana, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan tanpa batas. Terima kasih atas segala pengorbanan, bimbingan, dan cinta yang telah kalian berikan selama ini. Skripsi ini adalah bukti dari usaha dan kerja keras yang saya lakukan berkat doa dan restu kalian. Semoga karya ini dapat membanggakan dan menjadi sedikit balasan atas segala kebaikan yang telah kalian curahkan.

## MOTTO

Sesibuk Apapun jangan lupa untuk Sholat

-Ibu-

“Natus Vincere”

-Terlahir Untuk Menang-

“Wa an laysa lil-insani illa ma sa'a”

(Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya)

QS. An-Najm (53): 39

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh. Alhamdulillahil'alamiin segala puji syukur kehadirat Allah Subhanahu waTa'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Assoc.,Prof.,Dr Jebul Suroso, S.Kp.,Ns. M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc.,Prof.,Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tatalaksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.

4. Dr. Erny Rachmawati, SE., M.M selaku pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
5. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku penguji 1 yang telah memberikan berbagai pertanyaan dan masukannya untuk menguji kelayakan skripsi ini sebagai tugas akhir sarjana Manajemen.
6. Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc selaku penguji 2 yang telah memberikan pertanyaan dan saran untuk menguji kelayakan skripsi ini sebagai tanda tugas akhir sarjana Manajemen
7. Seluruh Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tidak ternilai selama saya menempuh Pendidikan.
8. Kedua orang tua saya bapak Achman Muchlisin dan ibu Feri Mediana sosok yang luar biasa selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil serta doa yang tiada henti kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti sudah Menyusun skripsi ini dengan sebaik mungkin. Namun, segala bentuk kritik dan saran yang membangun akan sangat berharga bagi peneliti. Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pembacanya.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Purwokerto, 13 Agustus 2024

Penulis

Alfian Naufan Nurochman

## HALAMAN PERNYTAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Allfian Naufan Nurochman  
NIM : 1902010256  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Nonesksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas skripsi saya yang berjudul

**PENGARUH HARGA PROMOSI DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Marketplace Tokopedia)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti Nonesksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, melimbahmedia/ mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto Pada Tanggal : 13 Agustus 2024

Yang menandatangani



Alfian Naufan



***THE INFLUENCE OF PRICES, PROMOTIONS, AND E-SERVICE***

***QUALITY ON PURCHASING DECISIONS***

***(Study of Tokopedia Marketplace Consumers)***

**Alfian Naufan Nurochman<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

**E-mail: [alfiannaufan16@gmail.com](mailto:alfiannaufan16@gmail.com)**

**Dr. Erny Rachmawati<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

**E-mail: [ernyrachmawati67@gmail.com](mailto:ernyrachmawati67@gmail.com)**

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of price, promotion, and e-service quality on consumer purchase decisions in the Tokopedia marketplace. With the advancement of technology, marketplaces like Tokopedia have become the main choice for consumers when shopping online. However, intense competition with other e-commerce platforms demands that Tokopedia continuously improve its marketing strategies. This study uses a quantitative method with data collection techniques through questionnaires distributed to 130 respondents who are Tokopedia consumers. Data analysis was performed using multiple linear regression to test the proposed hypotheses. The results show that price, promotion, and e-service quality have a positive and significant influence on purchase decisions. Competitive pricing, attractive promotions, and good electronic service quality have been proven to increase consumer purchase decisions on*

*Tokopedia. This research is expected to contribute to the development of marketing strategies at Tokopedia and provide insights for other e-commerce companies in facing market competition.*

*Keywords: price, promotion, e-service quality, purchase decision, Tokopedia.*

**PENGARUH HARGA ,PROMOSI DAN *E-SERVICE QUALITY*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Konsumen *Marketplace* Tokopedia)**

**Alfian Naufan Nurochman<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

**E-mail : [alfiannaufan16@gmail.com](mailto:alfiannaufan16@gmail.com)**

**Dr. Erny Rachmawati, SE., MM<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

**E-mail : [ernyrachmawati67@gmail.com](mailto:ernyrachmawati67@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, promosi, dan *e-service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen di marketplace Tokopedia. Dengan kemajuan teknologi, marketplace seperti Tokopedia telah menjadi pilihan utama konsumen dalam berbelanja online. Namun, persaingan yang ketat dengan *platform e-commerce* lainnya menuntut Tokopedia untuk terus meningkatkan strategi pemasarannya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang didistribusikan kepada 130 responden yang merupakan konsumen Tokopedia. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, dan *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga yang kompetitif, promosi yang menarik, dan kualitas layanan elektronik yang baik terbukti dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Tokopedia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran di Tokopedia dan memberikan wawasan bagi perusahaan *e-commerce* lainnya dalam menghadapi persaingan pasar.

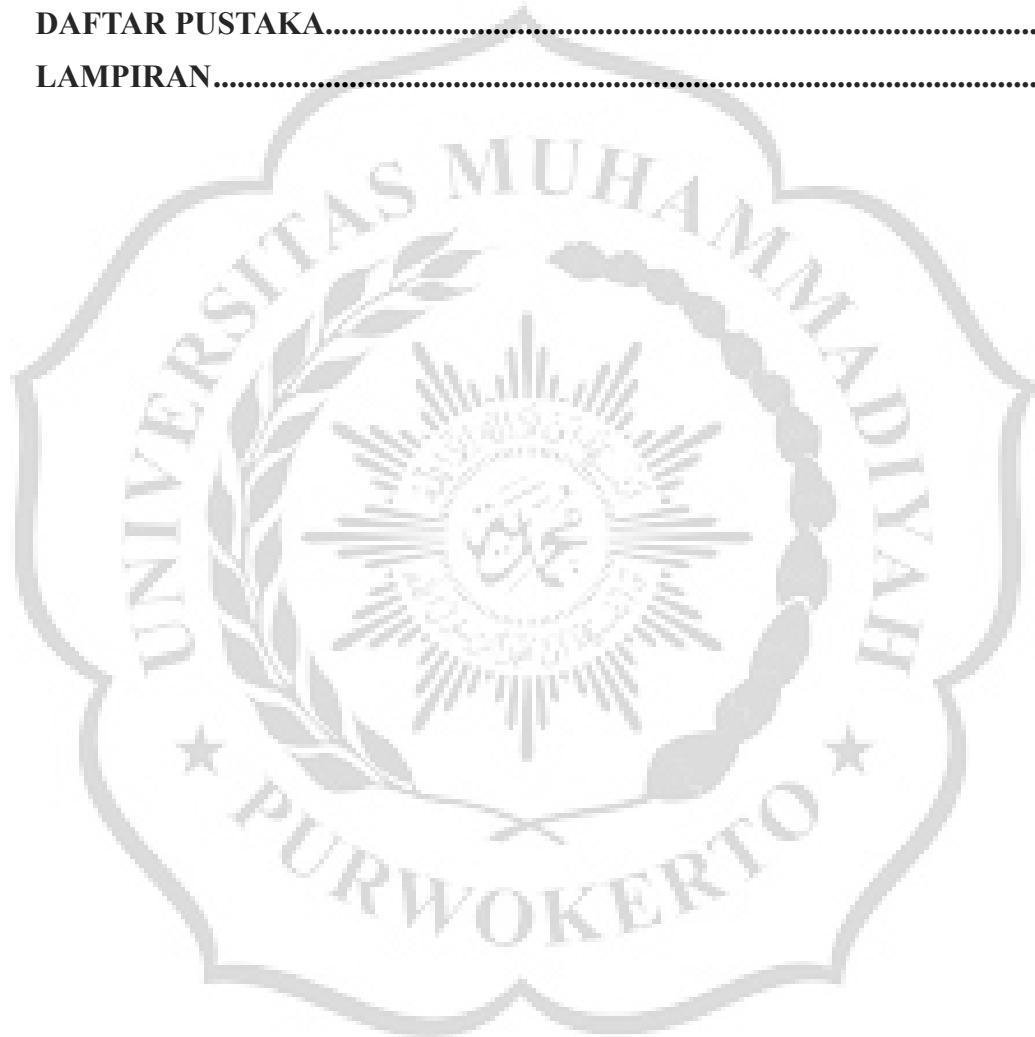
**\*Kata Kunci\*:** harga, promosi, *e-service quality*, keputusan pembelian, Tokopedia.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
A. Landasan Teori .....	13
1. Perilaku Konsumen .....	13
2. Keputusan Pembelian.....	16
3. Harga .....	25
4. Promosi .....	30
5. <i>E-Service Quality</i> .....	33
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	37
1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian(Y) .....	51
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	52
3. Pengaruh E Service Quality terhadap Keputusan Pembelian.....	53
C. Hipotesis.....	54

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
A. Jenis Penelitian .....	55
B. Populasi dan Sampel .....	55
1. Populasi .....	55
2. Sampel .....	56
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data .....	58
D. Variabel Penelitian .....	59
1. Variabel Independen ( Bebas) .....	59
2. Variabel Dependen (Terikat) .....	59
E. Definisi Operasional .....	59
F. Analisis Data .....	66
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	66
2. Uji Instrumen .....	66
3. Uji Asumsi Klasik .....	67
4. Uji Analisis Data .....	69
5. Uji Kecocokan Model .....	70
6. Pengujian Hipotesis Pertama .....	73
7. Pengujian Hipotesis Kedua .....	74
8. Pengujian Hipotesis Ketiga .....	75
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
A. Hasil Penelitian .....	76
1. Gambaran Umum Prusahaan Tokopedia .....	76
2. <i>Response</i> .....	77
3. Gambaran Umum Responden .....	78
4. Uji Instrumen Penelitian .....	98
5. Uji Asumsi Klasik .....	104
6. Uji Analisis Data .....	108
7. Uji Kecocokan Model .....	110
B. Pembahasan .....	116
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	117
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	119

3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Tokopedia.....	122
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>125</b>
A. Kesimpulan.....	125
B. Keterbatasan .....	125
C. Saran.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>132</b>

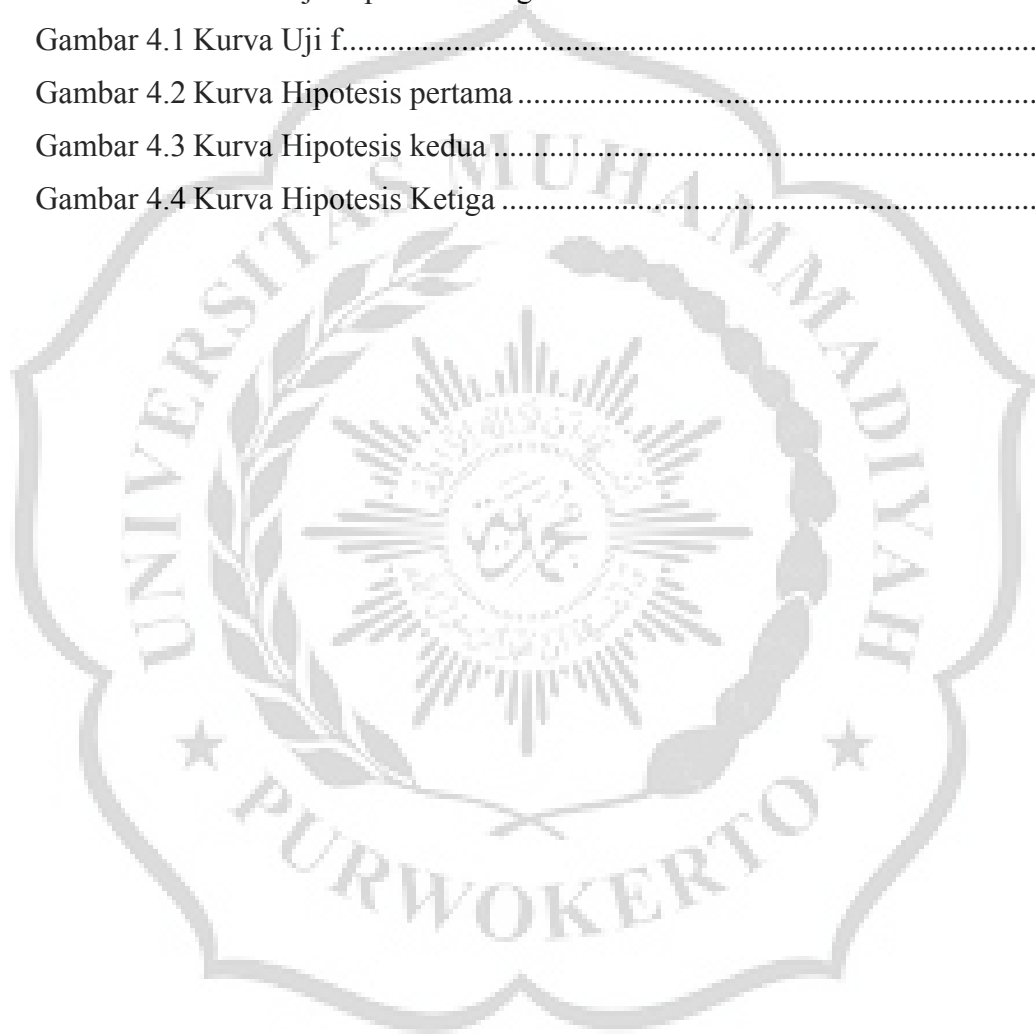


## DAFTAR TABEL

Table 1.1 <i>Marketplace</i> Terbanyak di kuartal 1-3 tahun.....	2
Tabel 1.2 Transaksi Tokopedia GMV ( <i>Gross Merchandise Value</i> ).....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Penduduk Purwokerto .....	56
Tabel 3.2 Definisi Harga .....	60
Tabel 3.3 Definisi Promosi.....	61
Tabel 3.4 Definisi <i>E-Service Quality</i> .....	62
Tabel 3.5 Keputusan Pembelian .....	65
Tabel 4.1 <i>Response</i> .....	78
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	79
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Umur .....	80
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Alamat.....	81
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Pendapatan .....	81
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan.....	82
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan.....	83
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Harga.....	87
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Promosi .....	90
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>E-Service Quality</i> .....	94
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	99
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	100
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	101
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	102
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas .....	103
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas.....	105
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas .....	106
Tabel 4.19 Uji Heteroskedastisitas .....	107
Tabel 4.20 Hasil Uji Analisis Linier Berganda .....	109
Tabel 4.21 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	111
Tabel 4.22 Hasil Uji F .....	112
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis Parsial (T) .....	113

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	54
Gambar: 3.1 Kurva Uji F.....	71
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	73
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis kedua .....	74
Gambar 3.5 Kurva Uji-Hipotesis Ketiga.....	75
Gambar 4.1 Kurva Uji f.....	112
Gambar 4.2 Kurva Hipotesis pertama .....	114
Gambar 4.3 Kurva Hipotesis kedua .....	115
Gambar 4.4 Kurva Hipotesis Ketiga .....	116



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	124
Lampiran 2 .....	146
Lampiran 3 .....	149
Lampiran 4 Uji Analisis Deskriptif.....	162
Lampiran 5 Uji Validitas .....	164
Lampiran 6 .....	168
Lampiran 7 Uji Normalitas .....	169
Lampiran 8 Uji Multi Kolinieritas .....	172
Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas.....	173
Lampiran 10 Uji Regresi linier Berganda.....	173
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ).....	173
Lampiran 12 Uji Kelayakan Model (Uji f dan Uji t) .....	174
Lampiran 13 r tabel.....	174
Lampiran 14 t tabel .....	176
Lampiran 15 F tabel .....	177
Lampiran 16 Turnitin .....	179